



Amazon 販売パートナーのビジネスレポートと生成 AI 機能を有効にする

AWS 規範ガイドンス



AWS 規範ガイド: Amazon 販売パートナーのビジネスレポートと生成 AI 機能を有効にする

Copyright © 2025 Amazon Web Services, Inc. and/or its affiliates. All rights reserved.

Amazon の商標およびトレードドレスは Amazon 以外の製品およびサービスに使用することはできません。また、お客様に誤解を与える可能性がある形式で、または Amazon の信用を損なう形式で使用することもできません。Amazon が所有していないその他のすべての商標は Amazon との提携、関連、支援関係の有無にかかわらず、それら該当する所有者の資産です。

Table of Contents

序章	1
ビジネスの概要	1
ソリューションの概要	1
SP- を通じて利用可能なデータAPI	3
レポート API	3
データキオスク API	7
販売者販売およびトラフィックデータ	8
ベンダー分析データ	8
販売者の経済データ	9
SP- の統合API	10
SP APIデベロッパーとして登録する	10
SP-API ロールをリクエストする	10
アプリケーションを登録する	10
認証モデルを選択する	11
アプリケーション認証を理解する	11
アプリケーションアクセスのベンダーグループを承認する	12
SP- に接続するAPI	12
データ取り込みパイプラインの構築	13
分析機能の実装	15
生成 AI の実装	17
QuickSight Q の使用例	18
改善と最適化	20
次のステップ	21
リソース	22
Amazon 販売パートナーAPIリソース	22
データアーキテクチャリソース	22
AWS のサービス デモ	22
ドキュメント履歴	23
.....	xxiv

Amazon 販売パートナーのビジネスレポートと生成 AI 機能を有効にする

Manikanta Gona Grafsgaard (Amazon Web Services) と Hina Vinayak (Amazon)

2024 年 8 月 ([ドキュメント履歴](#))

ビジネスの概要

Amazon はデータ駆動型の会社です。Vendor Central、Seller Central、電子データ交換 (EDI) ソリューション、など、さまざまな提供を通じて、Amazon ベンダーと販売者の両方に豊富なデータを提供します APIs。

[Amazon Selling Partner API](#)では、分析レポートにより、販売者やベンダーが販売パフォーマンス、在庫の状態、概要ビューなどを詳細に分析できるようになります。包括的なレポートには、売上、トラフィック、純純利益率 (純利益 PPM)、予測、在庫、カタログ管理が含まれます。さらに、ブランド分析レポートは、このデータ駆動型戦略の重要な要素であり、ファーストパーティおよびサードパーティの販売者に貴重なインサイトを提供します。また、サードパーティの販売者は、顧客ロイヤルティ分析と検索分析を通じて強力なインサイトを得ることができます。

これらの堅牢な分析とレポート機能を提供することで、Amazon は販売パートナーが情報に基づいたデータ駆動型の意思決定を行い、Amazon 市場でのビジネスの成長と成功を促進できるようにします。ただし、これらの広範なデータセットをナビゲートして分析することは、一部のベンダーや販売者にとって難しい場合があります。

ソリューションの概要

生成人工知能 (生成 AI) と分析サービスを使用して、Amazon マーケットプレイスのビジネスレポートを強化できます。[Amazon Q Business](#) と [Amazon QuickSight](#) は、販売パートナーからのデータを分析し API、ビジネスレポートを改善するのに役立ちます。データ分析と生成 AI 機能を実装することで、より深いインサイトを引き出し、反復タスクを自動化し、Amazon でのカスタマーエクスペリエンスを強化できます。これにより、最終的には、ビジネスの売上と成長が促進されます。

以下は DevOps、このガイドの推奨事項を実装することで得られるデータ分析と生成 AI 機能の概要です。

- 販売パートナー API データからインサイトを引き出すカスタムレポートとインタラクティブダッシュボードを作成します。

- データを取り込み、変換、ロードする安全でスケーラブルな抽出、変換、ロード (ETL) パイプラインを開発します。
- Amazon Q を他のビジネスインテリジェンス (BI) ソリューションと組み合わせて、高度な分析、予測、データ駆動型意思決定を行います。
- 販売パートナーAPIデータを分析するカスタム機械学習 (ML) モデルを構築します。
- 生成 AI を使用して、Amazon リスティング用に最適化された高品質の製品説明を自動的に作成します。
- 大規模な言語モデル (LLMs) を使用して、マーケティングコピーやカスタマーコミュニケーションなど、魅力的で説得力のあるコンテンツを生成します。
- 機械学習を使用して、売上、在庫、その他の主要なビジネスメトリクスを予測します。

これらの機能を実装するには、以下を実行します。

1. 販売パートナーの統合 API – 販売パートナーへの安全な接続を設定し、販売、在庫、顧客、その他のビジネスクリティカルなデータAPIsにアクセスします。
2. データパイプラインの構築 – 分析とモデリングのために Amazon データを正規化、構造化、準備するための堅牢なETLパイプラインを開発します。
3. Amazon Q およびその他の分析サービスを使用する – Amazon Q を補完的な BI およびデータサイエンスサービスと組み合わせて、包括的な分析エコシステムを作成します。
4. 生成 AI サービスの詳細 – AWS AI サービスを評価し、ワークフローに統合して、コンテンツ生成、製品説明、予測モデリングを自動化します。
5. AWS ベストプラクティスの実装 – AWS Lake Formation や Amazon AWS のサービスなどのを使用して DataZone、コンプライアンス要件と AWS ベストプラクティスに従ってデータを管理および管理します。

Amazon 販売パートナーを通じて利用可能なデータ API

[Amazon Selling Partner API](#) (SP-API) は、Amazon の販売者やベンダーAPIが注文、出荷、支払いなどのデータにプログラムでアクセスするのに役立つ RESTベースの です。このデータAPIにより、販売効率が向上し、労働要件が軽減され、顧客への応答時間が向上します。このガイドでは、[Selling Partner API for Reports](#) (ReportsAPI) と [Selling Partner API for Data Kiosk](#) (Data Kiosk) を通じてアクセスできるデータに焦点を当てていますAPI。

レポート API

Reports のデータは、Amazon マーケットプレイスでビジネスを管理するのに役立つAPIように設計されています。[分析レポート](#)は、製品、顧客、全体的なパフォーマンスに関する貴重なインサイトを提供します。

- 販売パフォーマンス – 販売データを分析することで、傾向と顧客の購入パターンを特定できます。この情報を使用して、販売戦略を最適化できます。
- 製品パフォーマンス – 製品データを分析することで、どの製品が売れていて、どの製品が売れていないかを特定できます。この情報を使用して、製品オフリングを最適化できます。
- 顧客の行動 – 顧客データを分析することで、顧客の好みやニーズを理解するのに役立ちます。この情報を使用して、マーケティング戦略と販売戦略をパーソナライズできます。

次の表は、各[ブランド分析](#)レポートについて説明しています。以下のレポートは、ブランド分析販売パートナーAPIロールを持ち、Amazon Brand Registry に登録されている Amazon 販売者およびベンダーが利用できます。

レポートを行う	説明	パラメータ
マーケットバスケット分析レポート	チェックアウト時に、顧客のバスケット (カート) 内の項目と組み合わせて最も一般的に購入される項目に関するデータを提供します。	レポートは、さまざまなレポート期間 (DAY、WEEK、MONTH、または) に対してリクエストできますQUARTER。データはこれらの期間にわたって提供されます。

レポートを行う	説明	パラメータ
Amazon 検索用語レポート	マーケットプレイスの検索キーワードと部門別に、最も頻繁に選択される Amazon 標準識別番号 (ASINs) のデータが含まれます。	レポートは、さまざまなレポート期間 (DAY、WEEK、MONTH、または) に対してリクエストできますQUARTER。リクエストは複数のレポート期間にまたがることはできません。
購入レポートを繰り返す	販売パートナーのアイテムの繰り返し購入の数量に関するデータが含まれます。	レポートは、さまざまなレポート期間 (WEEK、MONTH、または) に対してリクエストできますQUARTER。データは複数のレポート期間にまたがることができます。

次の表は、各[ベンダーの小売分析](#)と[販売者小売分析](#)レポートについて説明しています。

レポートを行う	説明	可用性	パラメータ
Rapid Retail Analytics インベントリレポート	1 時間単位の粒度に集約されたASINレベルでのインベントリデータが含まれます。	ベンダー	レポートはリクエストのみ可能です。データは、当日を含む複数の日付範囲期間にまたがることができます。
Rapid Retail Analytics トラフィックレポート	ベンダーの項目の詳細ページへの顧客トラフィックに関するデータを、時間単位のきめ細かさで含めます。	ベンダー	レポートはリクエストのみ可能です。データは複数の日付範囲期間にまたがることができます。
Rapid Retail Analytics セールスレポート	1 時間単位の粒度に集約されたASINレベル	ベンダー	レポートはリクエストのみ可能です。デ

レポートを行う	説明	可用性	パラメータ
	での販売データが含まれます。		ータは複数の日付範囲期間にまたがることができます。
ベンダー販売レポート	カタログレベルとASINレベルで報告された主要な小売販売メトリクス (注文および出荷された収益や単位など) が含まれます。	ベンダー	レポートは、さまざまな に対してリクエストできます。 • レポート期間 (DAY、WEEK、MONTH、QUART または YEAR) • ディストリビュータービュー (MANUFACTURING または SOURCING) • 販売プログラム (RETAIL、BUSINESS、または FRESH)
Net Pure Product マージンレポート	カタログレベルとASINレベルで報告された、ベンダーの商品を販売するための Amazon の純粋な製品マージンに関するデータが含まれます。	ベンダー	レポートは、さまざまなレポート期間 (DAY、WEEK、MONTH、QUART または) に対してリクエストできますYEAR。
ベンダートラフィックレポート	カタログレベルおよびASINレベルで報告された概要ビューなどの主要な小売トラフィックメトリクスが含まれます	ベンダー	レポートは、さまざまなレポート期間 (DAY、WEEK、MONTH、QUART または) に対してリクエストできますYEAR。

レポートを行う	説明	可用性	パラメータ
ベンダー予測レポート	最新の週次予測生成日の ASIN レベルで報告された、フォワードルッキング平均、過去 70、過去 80、過去 90 の週次顧客需要予測が含まれます。	ベンダー	レポートは、さまざまな販売プログラム (RETAIL または) に対してリクエストできます FRESH。
ベンダーインベントリレポート	カタログレベルと ASIN レベルで報告されたインベントリと運用上の健全性メトリクス (販売可能な手元ユニットやベンダーの確認率など) が含まれます。	ベンダー	レポートは、さまざまなに対してリクエストできます。 - レポート期間 (DAY、WEEK、MONTHQUART または YEAR) - ディストリビュータービュー (MANUFACTURING または SOURCING) - 販売プログラム (RETAIL または FRESH)

レポートを行う	説明	可用性	パラメータ
販売およびトラフィックビジネスレポート	販売者全体のカタログの主要な販売パフォーマンスメトリクス (注文された製品の売上、収益、注文単位、請求額など) とページトラフィックメトリクス (ページビュー、購入ボックスの割合など) を日付と で集計したものが含まれます。 ASIN	販売者	レポートはリクエストまたはスケジュールできます。データは、異なる日付範囲の集計レベル (DAY、WEEK、または MONTH) と ASIN集計レベル (PARENT、CHILD、または) に対して指定できますSKU。

データキオスク API

Data Kiosk APIには、[GraphQL](#)ベースの動的レポートスイートが用意されています。これは、カスタム GraphQL クエリを生成し、Amazon のデータセットからバルクデータにアクセスするのに役立ちます。これを使用して、以下を含む幅広いデータAPIにアクセスできます。

- [販売者販売およびトラフィックデータ](#)
- [ベンダー分析データ](#)
- [販売者の経済データ](#)

Data Kiosk の主な機能は次のとおりですAPI。

- GraphQL を活用した動的レポート – GraphQL クエリオペレーションAPIをサポートしており、必要な特定のデータを取得するためのカスタムクエリの作成に役立ちます。
- 一括データアクセス – を介して大規模なデータセットにアクセスできAPI、包括的な分析とレポートを容易にします。
- 柔軟なデータ探索 – GraphQL ベースのアプローチにより、動的でアドホックなデータ探索が可能になります。この柔軟性により、クエリの反復処理とインサイトの抽出が可能になります。
- 包括的なデータカバレッジ – APIは、幅広い販売者およびベンダーデータへのアクセスを提供し、全体的なパフォーマンス分析とビジネスインテリジェンスを可能にします。

Data Kiosk のスキーマとディレクティブAPIは、GraphQL を介してデータにアクセスする構造化された方法を提供しAPI、特定のニーズに基づいてデータを集計およびフィルタリングできます。Data Kiosk を使用するとAPI、販売、トラフィック、分析データに関するより深く、より実用的なインサイトを得ることができます。これにより、情報に基づいたデータ駆動型の意思決定を行い、ビジネス戦略を最適化できます。

Note

クエリの保持は、リクエストされたフィールドによって異なります。スキーマ内の各フィールドには、そのフィールドを含むクエリを保持する期間を定義する@resultRetentionディレクティブがアノテーションされます。クエリに保持が異なる複数のフィールドが含まれている場合、最短 (最小) 保持が適用されます。クエリの結果ドキュメントの保持は常にクエリの保持と一致します。

販売者販売およびトラフィックデータ

Data Kiosk ではAPI、Analytics_SalesAndTraffic_2024_04_24は販売クエリとトラフィッククエリのルートタイプです。このルートタイプでは、次の 2 つのクエリを使用できます。

- salesAndTrafficByAsin は、ASIN (PARENT、CHILD、または) によって集計された売上データとトラフィックデータを取得しますSKU。
- salesAndTrafficByDate は、日付 (DAY、WEEK、または) で集計された売上およびトラフィックデータを取得しますMONTH。

これらのクエリについては、次の点に注意してください。

- AsinGranularity や などの列挙型 (列挙型) はDateGranularity、集計のレベルを指定します。
- [Date](#) などのスカラータイプは、データを表すために使用されます。

ベンダー分析データ

Data Kiosk ではAPI、Analytics_vendorAnalytics_2024_09_30はベンダー分析クエリのルートタイプです。このルートタイプでは、次の 2 つのビューを使用できます。

- manufacturingView は、お客様が製造する製品に関するメトリクスを、指定された日付で集計して取得します。
- sourcingView は、Amazon に直接調達する製品に関するメトリクスを、指定された日付で集計して取得します。

ベンダー (SOURCING または) として割り当てられたロールに基づいて、関連するビューとそれに関連するメトリクスにアクセスしますMANUFACTURING。これらのクエリには、開始日と終了日、マーケットプレイス識別子、集計メトリクス、合計メトリクスが含まれます。これらのクエリについては、次の点に注意してください。

- メトリクスは、 ManufacturingViewMetricsGroupedBy および SourcingViewMetricsGroupedByタイプを使用して、さまざまな属性 (ASINや ブランドなど) でグループ化されます。
- 、 costs、 customerSatisfaction ordersなどのメトリクスタイプはproductAvailability、さまざまなメトリクスグループを表します。
- DateGranularity 列挙型は、日付集計のレベルを指定します。

販売者の経済データ

販売者経済レポートでは、Amazon マーケットプレイスのパフォーマンスと財務状況を包括的に把握できます。販売データ、広告費、料金、コスト、純収益を対象としています。日付と製品識別子別にデータを集約できます。

Data Kiosk ではAPI、 Analytics_Economics_2024_03_15は販売者経済クエリのルートタイプです。特定の製品の販売者の経済データは、 Economicsタイプで表されます。このタイプには、次の重要な側面が含まれます。

- ads – 指定された日付範囲内の製品の広告支出データ。
- cost – この製品の販売者によって提供される Amazon オフコスト (単位あたり) 。
- fees – 指定された日付範囲内の製品に適用される料金。
- fnsku – 製品のフルフィルメントネットワークストックキーピングユニット (FNSKU) 。
- msku – 製品のマーチャントストックキーピングユニット (MSKU) 。
- netProceeds – この製品の正味収益は、指定された日付範囲内です。
- sales – 指定された日付範囲内の製品の販売データ。

Amazon 販売パートナーの統合 API

Amazon Selling Partner API (SP-API) を介してデータにアクセスするには、次のアクションを実行する必要があります。

1. [SP API開発者として登録する](#)
2. [SP-API ロールをリクエストする](#)
3. [アプリケーションを登録する](#)
4. [アプリケーションの認証モデルを選択する](#)
5. [SP- に接続するAPI](#)

SP APIデベロッパーとして登録する

SP-API アプリケーションを登録する前に、Amazon デベロッパーアカウントを作成し、SP-API デベロッパーとして登録する必要があります。開発者登録プロセスの包括的な概要については、[SP-API ドキュメントの SP- 登録の概要](#)を参照してください。API

SP-API ロールをリクエストする

[SP-API ロール](#)は、デベロッパーまたはアプリケーションが特定のオペレーションまたはリソースにアクセスできるかどうかを決定します。デベロッパーは、特定のロールをリクエストして認定する必要があります。そうしないと、そのロールでグループ化されたオペレーションとリソースにアクセスできなくなります。

ロールは、個人を特定できる情報 (PII) やその他の機密データへのアクセスを保護します。データアクセスを制限して、デベロッパーがアプリケーションに必要なデータにのみアクセスできるようにします。これにより、顧客データを保護し、顧客の信頼を維持できます。

ブランド分析レポートで利用できるデータにアクセスするには、[ブランド分析ロール](#)が必要です。ロールへのアクセスのリクエストの詳細については、SP-API ドキュメントの「[ロールのリクエスト方法と認定方法](#)」を参照してください。

アプリケーションを登録する

登録プロセスは、アプリケーションタイプによって異なります。登録の目的で、アプリケーションは次のいずれかのタイプに分類されます。

- パブリックアプリケーションとプライベート販売アプリケーション – これらは、公開されており、販売者またはベンダーによって認可されているアプリケーション、または組織でのみ利用可能で、自己認可されている販売者アプリケーションです。
- プライベートベンダーアプリケーション – これらは、組織でのみ利用可能で、自己承認のベンダーアプリケーションです。

詳細については、SP-API ドキュメントの [「アプリケーションの登録」](#) を参照してください。

アプリケーションの認証モデルを選択する

販売パートナーの認可モデルは、Amazon 2.0 の実装である [Login with Amazon OAuth API](#) に基づいています。アプリケーションは、Amazon およびウェブサイトに表示されるページとのやり取りを通じて承認されます。ウェブブラウザは、販売パートナーアクションごとにウェブサイトと Amazon の間でパラメータを渡すユーザーエージェントです。OAuth 認証を実装するには、Amazon が渡すパラメータを受け入れて処理するようにウェブサイトを設定する必要があります。また、ウェブブラウザをリダイレクトし、パラメータを Amazon に渡すようにウェブサイトを設定する必要があります。認可の詳細については、SP-API ドキュメントの [「販売パートナーAPIアプリケーションの認可」](#) を参照してください。

アプリケーション認証を理解する

承認の目的で、アプリケーションには 3 種類あります。

- 販売者向けのパブリックアプリケーション – これらのアプリケーションは公開されており、販売者によって承認されています。次のいずれかの承認ワークフローを選択できます。
 - [販売パートナー Appstore 認証ワークフロー](#) – 販売パートナー Appstore の詳細ページから開始される OAuth 認証ワークフロー。
 - [ウェブサイト認証ワークフロー](#) – 独自のウェブサイトから開始される OAuth 認証ワークフロー。
- ベンダーのパブリックアプリケーション – これらのアプリケーションは公開されており、ベンダーによって承認されています。[ウェブサイト認証ワークフロー](#) を使用できます。これは、独自のウェブサイトから開始される OAuth 認証ワークフローです。
- 販売者またはベンダー向けのプライベートアプリケーション – これらのアプリケーションは、組織でのみ使用できます。これらは、販売者またはベンダーのアプリケーションです。[自己認証](#) アプローチを使用できます。自分の組織のプライベートアプリケーションを作成すると、アカウント情報へのアクセスを自己許可できます。アプリケーションをドラフトステータスで自己承認できます。プライベートアプリケーションを公開する理由はありません。販売者およびベンダーアプリ

セッションからの自己承認を取り消す方法については、SP-API ドキュメントの「[自己承認を取り消す](#)」を参照してください。

アプリケーションアクセスのベンダーグループを承認する

Selling Partner APIアプリケーションがデータにアクセスすることを承認した場合、Vendor Central アカウントのサインイン認証情報に関連付けられているベンダーグループへのアクセスを許可します。拡張により、ベンダーグループに存在するすべてのベンダーコードへのアクセス権を付与します。したがって、販売パートナーAPIの統合には、適切な Vendor Central 認証情報とベンダーグループを使用することが重要です。

ベンダーグループは、ログインするアカウントです。ビジネス契約、オペレーションモデル、その他の要因に応じて、ベンダーグループには 1 つ以上のベンダーコードを含めることができます。各ベンダーコードを使用すると、特定のカテゴリの製品を一覧表示したり、特定のブランドの 1 つのベンダーコードなど、必要なビジネス契約を含めることができます。

ベンダーグループごとに[複数の承認を持つ](#)ことも、すべてのベンダーコードを含む[単一のベンダーグループ](#)を作成することもできます。プロフィールに関連付けられている複数のベンダーグループを使用するオプションを使用すると、異なるベンダーグループで同じベンダーコードを持つアプリケーションを使用できます。このオプションでは、ベンダーグループごとに複数のベンダーデベロッパーアプリケーションを送信する必要はありません。

詳細については、SP-API ドキュメントの「[アプリケーションアクセスのベンダーグループの承認](#)」を参照してください。

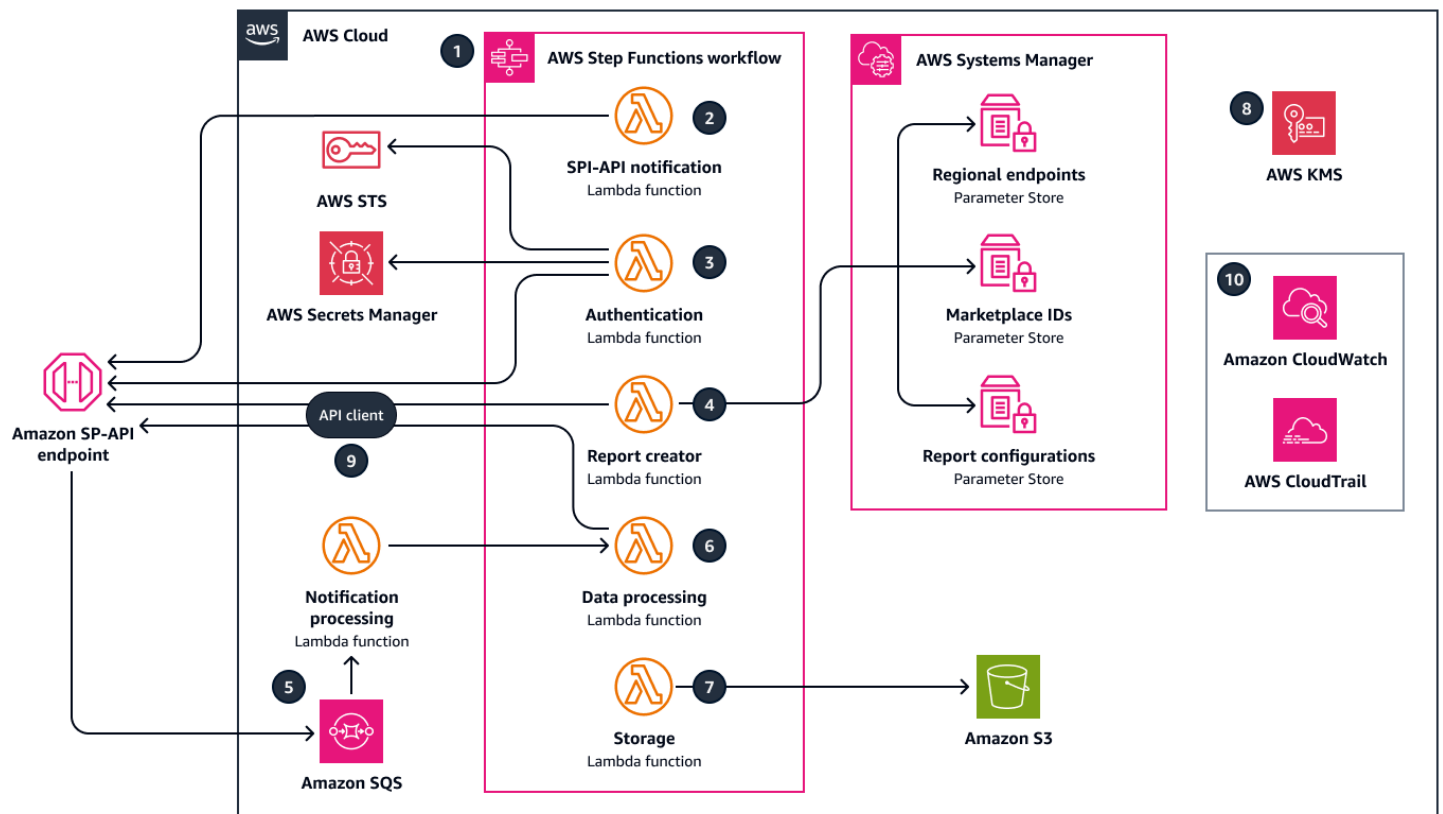
SP- に接続するAPI

アプリケーションを登録して承認したら、リクエストを開始できます。詳細については、SP-API ドキュメントの「[販売パートナーへの接続API](#)」を参照してください。

Amazon 販売パートナーデータのデータ取り込みパイプラインの構築

このセクションでは、Amazon 販売パートナー API (SP-API) から 内のデータレイクに Amazon ベンダーおよび販売者データを取り込む戦略を示します AWS アカウント。このデータパイプラインアーキテクチャは、俊敏性を考慮して設計されています。アカウントでデータが利用可能になったら、分析機能と生成 AI 機能を実装して、このデータから高度なビジネスインサイトを取得できます。このデータは、すべてのマーケットプレイスでビジネス、インベントリの詳細、分析を大規模に把握するのに役立ちます。

次のアーキテクチャ図は、[AWS Step Functions](#) ワークフローで [AWS Lambda](#) 関数を使用して SP-API から のデータレイクにデータを取り込む方法を示しています AWS アカウント。データは [Amazon Simple Storage Service \(Amazon S3\)](#) と の一機能である [Parameter Store](#) に保存されます AWS Systems Manager。



アーキテクチャ図には、次のコンポーネントが含まれています。

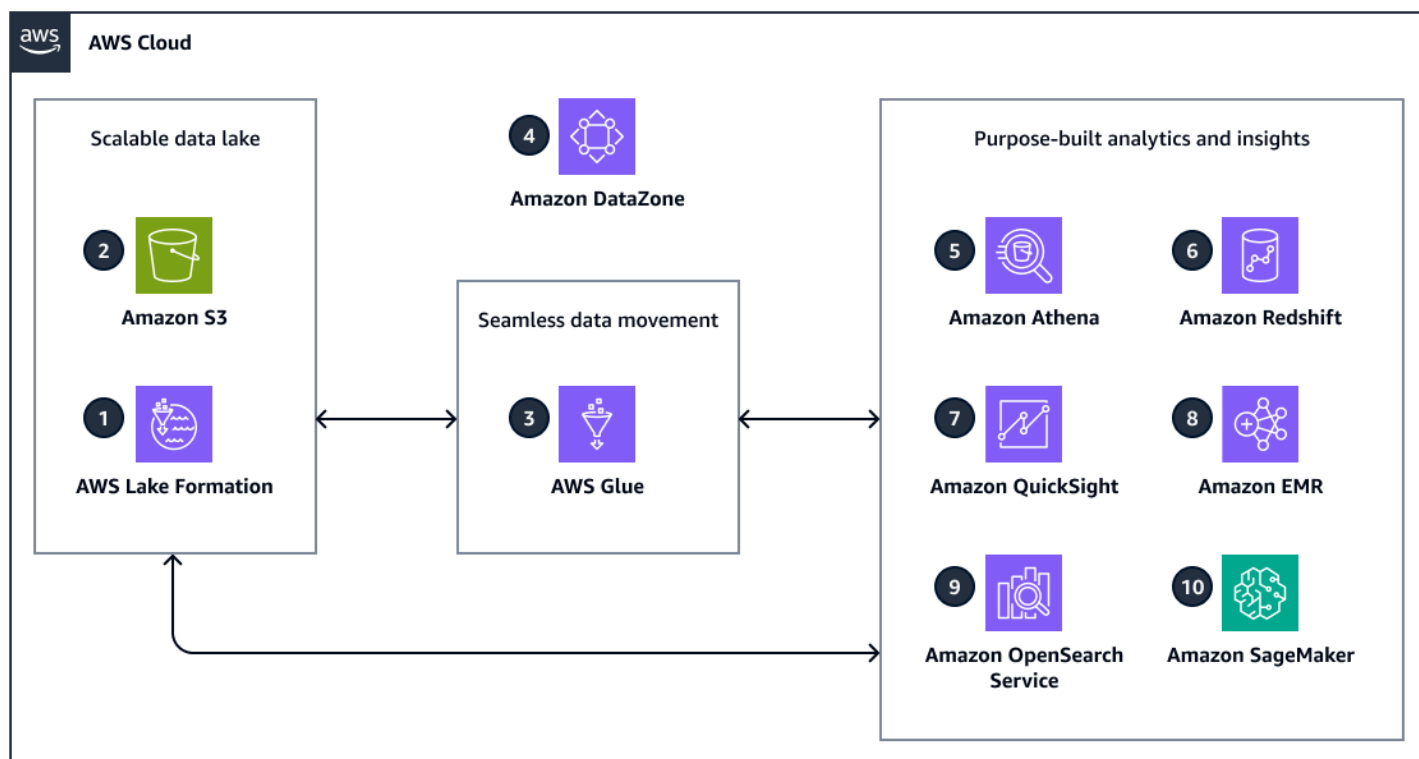
1. Step Functions は、SP- と統合するためのワークフローを一元管理するためのサーバーレスオーケストレーションサービスとして使用されますAPI。
2. [API レポート用販売パートナー](#) (レポート API) は、レポートワークフローを自動化するための通知をサポートしています。そのためには、SP API通知 Lambda 関数を使用して、アプリケーションをREPORT_PROCESSING_FINISHED通知タイプにサブスクライブします。
3. SP- を呼び出すにはAPI、Authentication Lambda 関数を使用して、Login with Amazon (LWA) アクセストークンを取得します。
4. 認証関数からのLWAアクセストークンは、レポート作成者の Lambda 関数に渡されます。この関数は、Parameter Store に保存されているLWAアクセストークンとリージョンエンドポイント、マーケットプレイス、レポート設定データを使用して IDsSP-API をcreateReport呼び出します。
5. SP-API はレポートを生成します。完了すると、REPORT_PROCESSING_FINISHED通知イベントが [Amazon Simple Queue Service \(Amazon SQS\)](#) キューに送信され、レポート処理がCANCELLED、DONEまたは の場合に情報が提供されますFATAL。これにより、通知処理 Lambda 関数がトリガーされ、イベントが処理されます。通知イベントのステータスが の場合DONE、reportDocumentIdが含まれます。
6. 通知イベントは、Step Functions ワークフローのデータ処理 Lambda 関数に渡されます。この関数はreportDocumentId、を使用して SP- をgetReportDocument呼び出しますAPI。SP-API は、レポートドキュメントの内容が圧縮されている場合、レポートドキュメントの場所と使用される圧縮アルゴリズムURLの署名付きを返します。
7. このレスポンスは Storage Lambda 関数に渡され、レポートドキュメントをダウンロードして解凍し (該当する場合)、そのレポートドキュメントを Amazon S3 に保存します。
8. [AWS Key Management Service \(AWS KMS\)](#) は暗号化キーを一元管理するために使用され、 のシークレットを暗号化するために使用できます[AWS Secrets Manager](#)。データは Amazon S3 とParameter Store に保存されます。
9. SP-API リクエストは、トークンバケットアルゴリズムを使用して制限されます。したがって、レート制限にはAPIクライアントが推奨されます。
10. [AWS CloudTrail](#) および [Amazon CloudWatch](#) は、全体のモニタリングとログ記録に使用されますAWS のサービス。これらのログはトレーサビリティを提供します。

Amazon 販売パートナーデータの分析戦略の実装

このセクションでは、Amazon ベンダーと販売者が Amazon Selling Partner API (SP-API) から取り込まれたデータに対して高度な分析を実行する方法の詳細な戦略を示します。これらの分析機能は、以下を提供できます。

- 販売パフォーマンス、インベントリ管理、ブランド分析、その他の主要メトリクスに関するインサイト。
- 特定のニーズに合わせてカスタム計算、フィルター、視覚化を作成する機能。

次のアーキテクチャ図は、AWS Glue を使用してデータレイク内のデータを検出、準備、移動、統合し、分析やインサイトに役立てる方法を示しています。



アーキテクチャ図には、次のコンポーネントが含まれています。

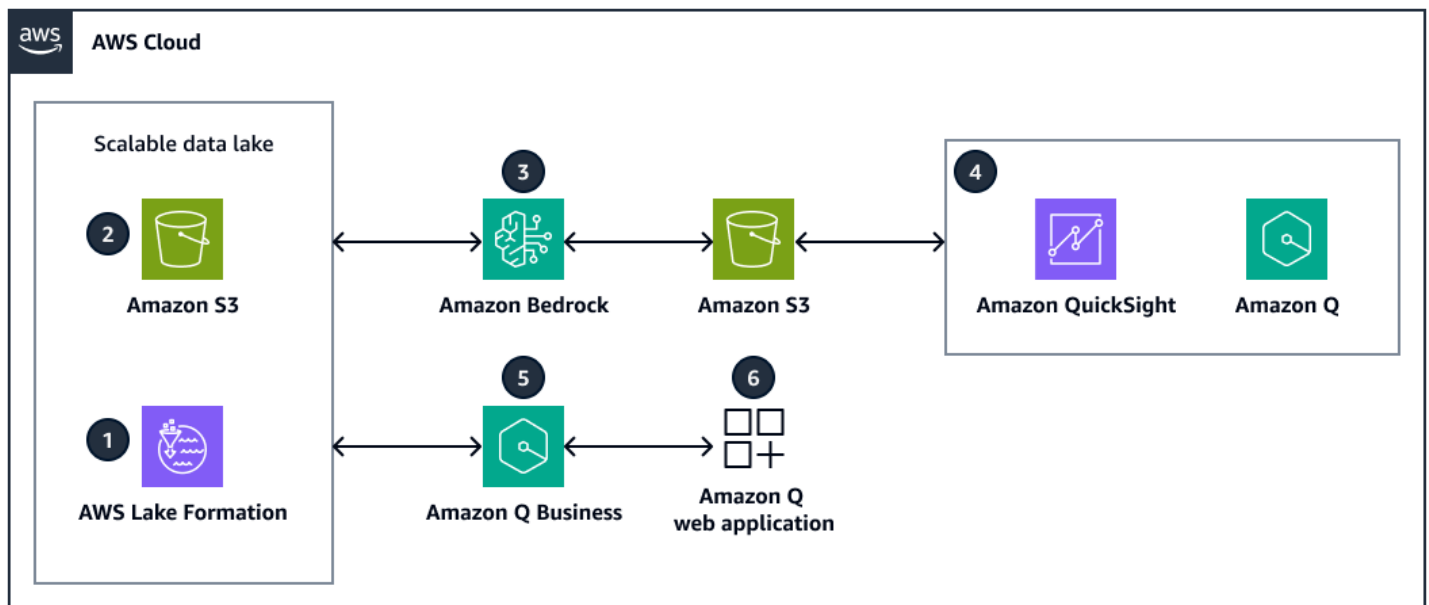
1. [AWS Lake Formation](#) は、スケーラブルなデータレイクを構築し、セキュリティ、アクセスコントロール、監査証跡を一元管理するために使用します。
2. [Amazon Simple Storage Service \(Amazon S3\)](#) は、データレイクストレージとして使用されます。

3. [AWS Glue](#) は、複数のデータストアとデータレイクにまたがるデータのカタログ化、変換、強化、移動、レプリケートに使用されます。AWS Glue は、複雑で手動、高価な従来のデータ統合プロセスを簡素化し、データ量の増加とデータの多様性をサポートします。
4. [Amazon DataZone](#) は、組織全体のデータのカタログ化、検出、共有、管理に役立ちます。
5. [Amazon Athena](#) は、インタラクティブなクエリ、分析、処理機能を提供します。
6. [Amazon Redshift](#) はクラウドデータウェアハウスとして使用されます。[ゼロ ETL 統合](#)を使用すると、ペタバイト単位のトランザクションデータに対してほぼリアルタイムの分析を実行したり、Amazon Redshift ML 機能を使用してリアルタイムのインサイトを取得したりできます。
7. [Amazon QuickSight](#) は、ML を活用したビジネスインテリジェンスを提供します。機械学習を搭載した [QuickSight Q](#) は、自然言語処理を使用してビジネス上の質問に迅速に回答します。
8. [Amazon EMR](#) は、大量のデータを処理および分析するためのビッグデータフレームワークの実行を簡素化するマネージド型クラスタープラットフォームです AWS。これらのフレームワークと、関連するオープンソースプロジェクトを使用することで、分析用のデータやビジネスインテリジェンスワークロードを処理できます。
9. [Amazon OpenSearch Service](#) は運用分析に使用できます。また、ベクトルデータベースの検索機能も提供します。
10. [Amazon SageMaker AI](#) を使用して、ML モデルを構築、トレーニング、デプロイしたり、アプリケーションに人工知能を追加したりできます。

Amazon 販売パートナーデータの生成 AI 戦略の実装

Amazon ベンダーおよび販売者は、の生成人工知能 (生成 AI) サービスおよび機能を使用して AWS、より深いインサイトの取得、反復タスクの自動化、Amazon でのカスタマーエクスペリエンスの向上を行うことができます。たとえば、生成 AI を使用して、Amazon 出品用に最適化された高品質の製品説明を自動的に作成したり、マーケティングコピーや顧客とのコミュニケーションを生成したり、売上、在庫、その他の主要なビジネスメトリクスを予測したりできます。生成 AI は、Amazon Selling Partner API から取り込んだデータに関するインサイトを提供できます。

次のアーキテクチャ図は AWS のサービス、[Amazon Bedrock](#) や [Amazon Q Business](#) などのを使用して生成 AI ジャーニーを開始する方法を示しています AWS。このアーキテクチャを使用して、最新のデータ分析アプローチを使用してデータからインサイトを引き出す生成 AI パイプラインを構築します。



アーキテクチャ図には、次のコンポーネントが含まれています。

1. [AWS Lake Formation](#) は、スケーラブルなデータレイクを構築し、セキュリティ、アクセスコントロール、監査証跡を一元管理するために使用します。
2. [Amazon Simple Storage Service \(Amazon S3\)](#) は、データレイクストレージとして使用されます。
3. [Amazon Bedrock](#) は、業界をリードする基盤モデル (FM)。また、生成 AI アプリケーションを構築するために必要な幅広い機能を提供し、セキュリティ、プライバシー、責任ある AI を使用して開発を簡素化します。モデル出力データを Amazon S3 バケットに保存し、Amazon QuickSight に統合できます。

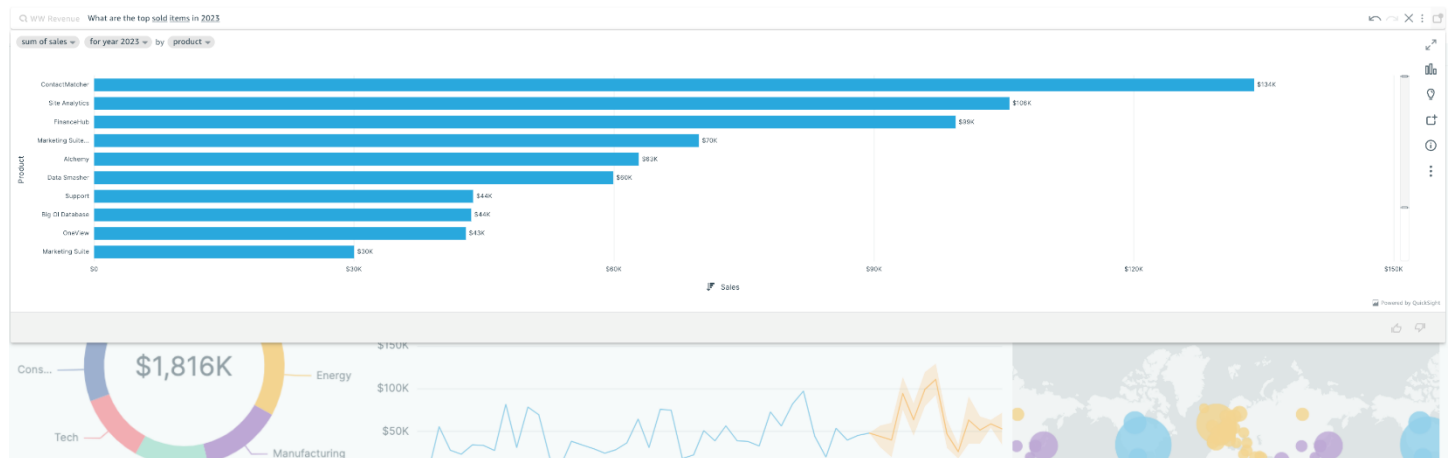
4. [Amazon QuickSight](#) は、ML を活用したビジネスインテリジェンスを提供します。[QuickSight Q](#) は、生成 BI 機能を使用してビジネスの生産性を高め、意思決定を加速します。新しいダッシュボード作成機能を使用すると、自然言語プロンプトを使用して、有意義なインサイトをすばやく構築、検出、共有できます。
5. [Amazon Q Business](#) は生成 AI を活用したアシスタントで、エンタープライズシステムのデータと情報に基づいて、質問に答え、概要を提供し、コンテンツを生成し、タスクを安全に完了できます。これにより、よりクリエイティブで、データ駆動型で、効率的で、準備が整い、生産的になります。
6. Amazon Q Business のデータを使用するカスタムウェブアプリケーションを作成できます。

QuickSight Q の使用例

次の例は、QuickSight Q がエグゼクティブサマリー、コンテキスト対応のデータ Q&A エクスペリエンス、およびインサイトからの決定を促進するのに役立つカスタマイズ可能なインタラクティブなデータストーリーを使用してデータを理解する方法を示しています。

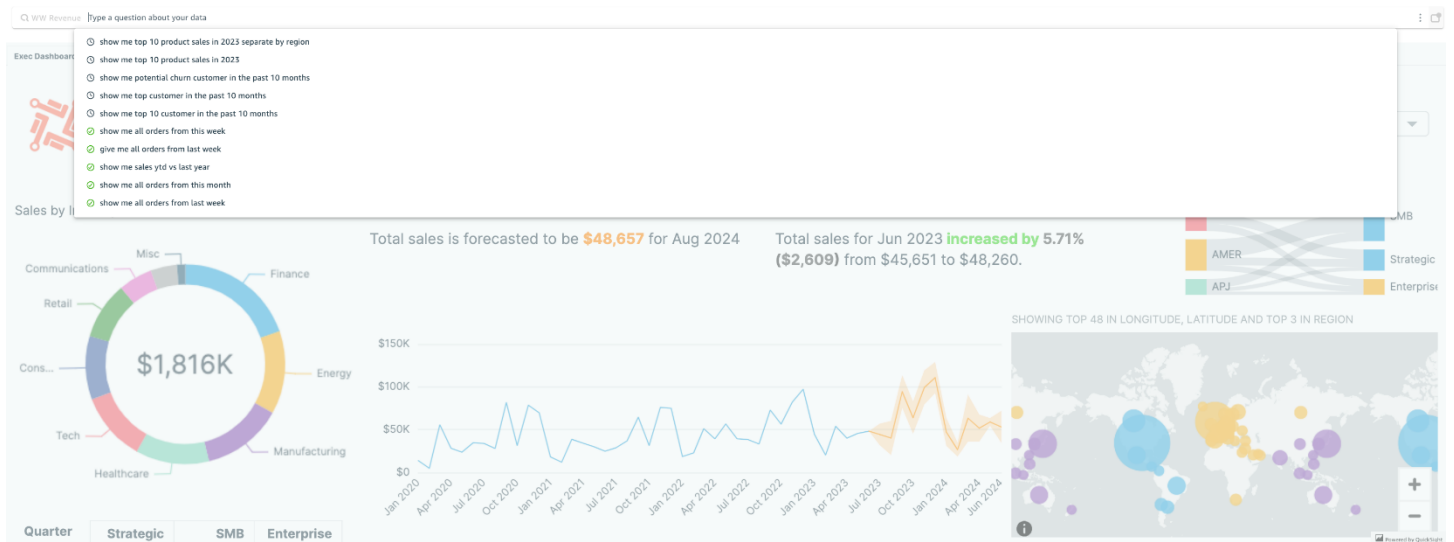
例 1

QuickSight Q に「2023 年に売れた商品は何ですか？」と尋ねることができます。QuickSight Q は、エグゼクティブサマリーを提供するためにデータを収集して分析します。



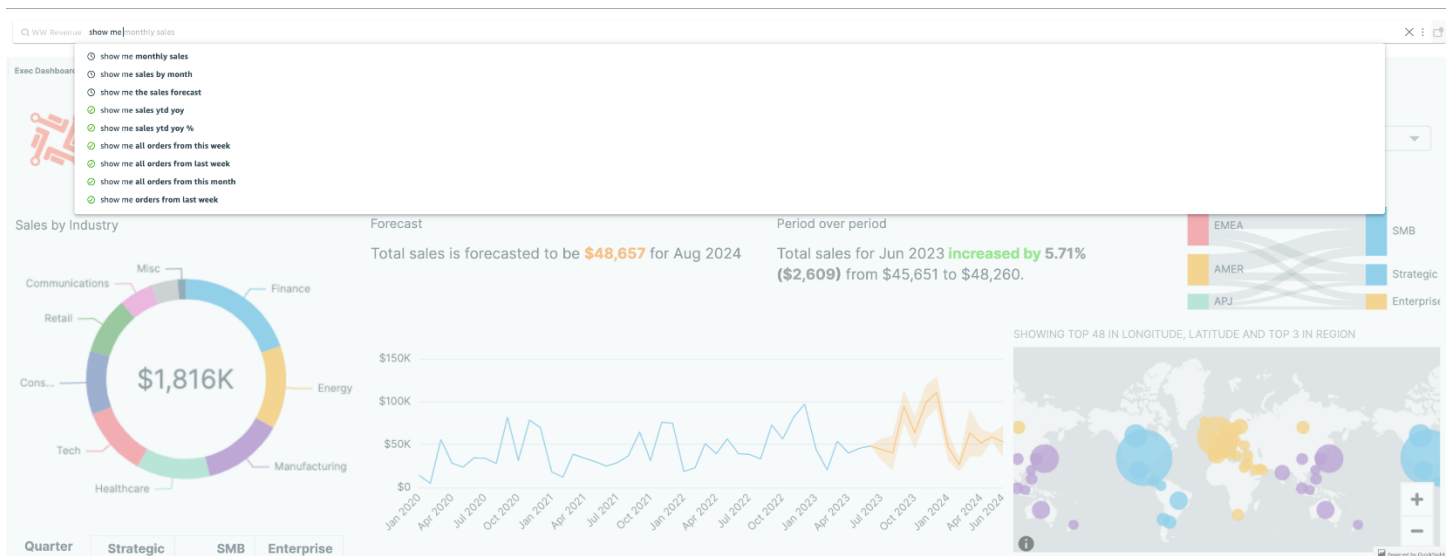
例 2

企業が Amazon で販売している上位製品は何かを QuickSight Q に尋ねることができます。



例 3

QuickSight Q に、過去 1 か月または year-to-date 製品売上メトリクスの提供を依頼できます。



分析と生成 AI 戦略を継続的に改善および最適化する

Amazon 販売者およびベンダーデータの分析と生成 AI 戦略を継続的に改善および最適化するには、以下を実行することをお勧めします。

- パフォーマンスを継続的にモニタリングする – 分析と生成 AI ソリューションの使用状況とパフォーマンスメトリクスを定期的に確認し、改善すべき分野を特定します。ユーザーエンゲージメント、データ処理スループット、APIレスポンスタイム、エラー率などの主要インジケータをモニタリングします。このデータを使用して、システム設定を最適化し、ボトルネックを特定し、機能強化について情報に基づいた決定を行います。
- 高度な ML 手法を使用する – より高度な ML モデルと手法のアプリケーションを調べて、アプリケーションの予測および分析機能をさらに強化します。これには、ニューラルネットワーク、時系列予測、異常検出、その他の高度なアルゴリズムの実験が含まれる場合があります。
- ユーザーフィードバックの優先順位付け – Amazon 販売者、ベンダー、ブランドコミュニティから積極的にフィードバックを収集し、進化するニーズと問題点を理解します。このユーザー入力をアプリケーションの開発ロードマップに組み込み、ソリューションが引き続き関連性があり、引き続き最大の価値を実現できるようにします。

パフォーマンスを継続的にモニタリングし、高度な分析と ML 手法を使用し、ユーザーフィードバックに優先順位を付けることで、アプリケーションが堅牢で適応性があり、不可欠なツールであり続けることを保証できます。この継続的な最適化と進化へのコミットメントは、ますますデータ主導型の意味決定を行い、測定可能なビジネスインパクトを推進し、競争の一步先を行くのに役立ちます。

次のステップ

このガイドは、分析機能と生成 AI 機能を使用してビジネスの成長を推進する Amazon 販売者とベンダーを対象としています。このガイドの推奨事項と戦略を使用すると、次のことができます。

- クラウドアプリケーションを社内で構築する
- [AWS プロフェッショナルサービス](#)の使用
- AWS Partner から を選択します。 [AWS Partner Network](#)
- AWS アカウントチームに連絡する

分析と生成 AI 機能の詳細については AWS、このガイドの [リソース](#)の章を参照してください。

リソース

Amazon 販売パートナーAPIリソース

- [販売パートナーAPIドキュメント](#)
- [販売パートナーAPIデータモデル](#)
- [Data Kiosk Schema Explorer](#)

データアーキテクチャリソース

- [Amazon 小売データをサーバーレスモダンデータアーキテクチャに取り込む](#) (AWS ブログ記事)
- [Amazon Seller and Vendor Central Data Producer](#) (AWS ソリューションライブラリ)

AWS のサービス デモ

- [Amazon QuickSight Q デモ](#) (Demo Central)

ドキュメント履歴

以下の表は、本ガイドの重要な変更点について説明したものです。今後の更新について通知を受け取る場合は、[RSSフィード](#) をサブスクライブできます。

変更	説明	日付
初版発行	—	2024 年 8 月 9 日

翻訳は機械翻訳により提供されています。提供された翻訳内容と英語版の間で齟齬、不一致または矛盾がある場合、英語版が優先します。